

С. В. Венідзіктаў

намеснік начальніка кафедры
сацыяльна-гуманітарных дысцыплін
Магілёўскага інстытута Міністэрства ўнутраных спраў
Рэспублікі Беларусь, кандыдат філалагічных навук, дацэнт

**АДУКАЦЫЙНЫЯ МЕДЫЯ
І КУЛЬТУРА ГРАМАДЗЯНСКАЙ
КАМУНІКАЦЫІ
(вопыт медыятызацыі
прававога асяроддзя)**

Уводзіны. Медыякультура ў кантэксце новай адукацыйнай парадыгмы

Сучаснае адукацыйнае асяроддзе ўсё ў большай ступені становіцца медыяасяроддзем. Межы размываюцца не толькі праз няўхільны рост уплыву сродкаў масавай камунікацыі на ўсе сферы жыццядзейнасці, але і з прычыны трансфармацыі адукацыйнай парадыгмы ў цэлым. Навучанне са сродку рэтрансляцыі інфармацыі ператвараецца ў сродак фарміравання кампетэнцый самастойнага пошуку і кіравання данымі, спасціжэння агульнай архітэктурны той ці іншай галіны ведаў, а таксама, што немалаважна, захавання і сцвярджэння гуманітарнага кампаненту сацыялізацыі асобы. Адначасова адкрытае адукацыйнай інфармацыі ў Сусветным сеціве, разнастайнасць медыйных плыняў, пад стыхійны ўплыў якіх неўсвядомлена трапляе індывід, прыводзяць да суб'ектыўнага змяншэння каштоўнасці ведаў.

Яшчэ адна неадназначная тэндэнцыя – існаванне паралельна з кантралюемым і накіраваным навучаннем / саманавучаннем (традыцыйны варыянт) некантралюемага і неўсвядомленага “навучання праз медыяспажыванне” (напрыклад, час, які праводзіцца школьнікамі ў інтэрнэце і каля тэлевізара, супастаўляльны з часам, які затрачваецца на вучобу). Даследаванне, праведзенае прафесарам Марцінам Хільбертам (Martin Hilbert) у Каліфарнійскім універсітэце, паказала, што сучасны чалавек штодня сутыкаецца з аб'ёмам інфармацыі, параўнальным са зместам 174 газет, што ў пяць разоў пераўзыходзіць аналагічны паказчык дваццацігадовай даўніны [18]. Крыніцы інфармацыі, звязаныя з вучэбнай дзейнасцю (спецыяльная літаратура, настаўнікі, інфармацыйныя адукацыйныя рэсурсы), у гэтым полі дамінуючай пазіцыі не займаюць. Пачынаючы з 1990-х гг. лідэрства належыць электронным сродкам масавай інфармацыі, прычым у пачатку XXI стагоддзя тэлебачанне імкліва губляе пазіцыі, не вытрымліваючы канкурэнцыі з інтэрнэт-крыніцамі. Эмацыйная афарбаванасць, актуальнасць, апэратыўнасць, спрошчаная форма інтэрпрэтацыі, камфортныя ўмовы спажывання – усё гэта прадвызначае перавагі “масавай” інфармацыі ў параўнанні з вучэбнай. Цяпер як ніколі актуальна гучыць фраза М. Маклюэна: “Каб быць па-сапраўднаму пісьменным, трэба быць пісьменным ў свеце медыя...”.

У адукацыйным асяроддзі мы маем справу з адным з відавочных пабочных эфектаў фарміравання адмысловага тыпу культуры інфар-

мацыйнага грамадства – медыякультуры, якая становіцца пасярэднікам у адносінах індывіда і соцыума. На думку расійскай даследчыцы Н. Кірылавай, медыякультура з’яўляецца сукупнасцю “інфармацыйна-камунікатыўных сродкаў, матэрыяльных і інтэлектуальных каштоўнасцей, выпрацаваных чалавецтвам у працэсе культурна-гістарычнага развіцця, якія спрыяюць фарміраванню грамадскай свядомасці і сацыялізацыі асобы. Медыякультура ўключае ў сябе культуру перадачы інфармацыі і культуру яе ўспрымання; яна можа выступаць і паказчыкам узроўню развіцця асобы, здольнай успрымаць, аналізаваць, ацэньваць медыятэкст” (пераклад наш. – С.В.) [10, с. 19].

Лагічна ў такім выпадку прагучаць два тэзісы. Па-першае, ступень “медыякультурнага” развіцця грамадства прадвызначае эфектыўнасць адукацыйнага працэсу ўсіх узроўняў. Па-другое, развіццё медыяграматнасці – комплексу навыкаў свядомага спажывання інфармацыйнага прадукту – ператвараецца ў неабходны складнік сістэмы агульнай адукацыі.

Прамым спосабам фарміравання медыяграматнасці як асноўнага кампаненту медыякультуры з’яўляецца медыяадукацыя. Як адзначае А.В. Фёдараў, “медыяадукацыя ў сучасным свеце разглядаецца як працэс развіцця асобы з дапамогай і на матэрыяле сродкаў масавай камунікацыі (медыя) з мэтай фарміравання культуры зносінаў з медыя, творчых, камунікатыўных здольнасцей, крытычнага мыслення, уменняў паўнаважнага ўспрымання, інтэрпрэтацыі, аналізу і ацэнкі медыятэкстаў, навучання розным формам самавыяўлення пры дапамозе медыятэхнікі” (пераклад наш. – С.В.) [14, с. 96]. Асноўныя мэты медыяадукацыі даследчык ранжыруе наступным чынам:

- 1) развіццё здольнасці да крытычнай аўтаноміі асобы;
- 2) развіццё здольнасці да ўспрымання, ацэнкі, разумення, аналізу медыятэкстаў;
- 3) падрыхтоўка грамадзян да жыцця ў дэмакратычным грамадстве;
- 4) трансляцыя сацыяльных, культурных, палітычных і эканамічных сэнсаў медыятэкстаў;
- 5) навучанне дэкадзіраванню медыятэкстаў / паведамленняў;
- 6) развіццё камунікатыўных здольнасцей асобы;
- 7) развіццё здольнасцей да эстэтычнага ўспрымання, ацэнкі, разумення медыятэкстаў, да ацэнкі эстэтычных якасцей медыятэкстаў;
- 8) навучанне чалавека самавыяўленню з дапамогай медыя [13, с. 34].

Медыяадукацыя можа ажыццяўляцца ў некалькіх накірунках: а) як прафесійная адукацыя (напрыклад, у сферы журналістыкі альбо кінематаграфіі); б) як кампанент прафесійнай падрыхтоўкі педагогаў; в) як частка агульнай адукацыі ў сістэме “школа – ВУ”); г) як самастойны бесперапынны працэс. Але пра які б напрамак ні ішла гаворка, эфектыўнае развіццё медыяграмамнасці грунтуецца на рацыянальным спалучэнні тэарэтычнай падрыхтоўкі (аналіз зместу і структуры масмедыя) з набыццём асабістага практычнага вопыту ў сферы масавай інфармацыі. Відавочна, што рэалізацыя апошняга напрамку немагчымая без доступу да тэхналагічных, інтэлектуальных і творчых рэсурсаў медыя. На наш погляд, такую магчымасць ствараюць уласныя адукацыйныя медыя навучальных устаноў рознага ўзроўню: студэнцкія газеты, тэлевізійныя студыі і лабараторыі, інтэрнэт-рэсурсы і да т. п., якія спрыяюць інтэграцыі медыяадукацыі з базавай адукацыяй без увядзення ў вучэбныя праграмы спецыялізаваных дысцыплін.

“Апасродкаваная” медыяадукацыя

У мэты дадзенай працы не ўваходзіць аналіз дзейнасці медыяструктур у навучальных установах, якія маюць медыяспецыялізацыю: іх уплыў на камунікатыўную кампетэнтнасць навучэнцаў абумоўлены непасрэднымі задачамі адукацыйных праграм. Нас цікавіць, наколькі эфектыўнай можа быць медыяадукацыя, якая ажыццяўляецца апасродкавана (напрыклад, у кантэксце дысцыплін гуманітарнага профілю), а таксама наколькі вынікі такой адукацыі спрыяюць развіццю і сцвярджэнню інавацыйнага тыпу культуры грамадзянскай (звязанай са сферай грамадзянскіх правоў і абавязкаў, а таксама з абаронай законных інтарэсаў грамадзян) камунікацыі. Згодна з І.М. Дзелашынскім, развіццё грамадзянскай камунікацыі забяспечвае: а) сувязь паміж структурамі грамадзянскай супольнасці; б) сувязь грамадзянскай супольнасці ў цэлым з іншымі кампанентамі сацыяльнай сістэмы; в) магчымасць удзелу індывідаў і структур грамадзянскай супольнасці ў распрацоўцы, абмеркаванні і прыняцці рашэнняў па эканамічных, палітычных, сацыяльных і іншых пытаннях (гэта значыць, у публічнай палітыцы) [6]. У сваю чаргу, грамадзянская камунікацыя, якая ажыццяўляецца на агульнаграмадскім, публічным і прыватным узроўнях, грунтуецца на эфектыўным выкарыстанні інфармацыйных рэсурсаў – на медыякультуры.

Нягледзячы на тое, што ЮНЕСКА назвала медыяадукацыю прыярытэтнай вобласцю культурна-педагагічнага развіцця ў XXI стагоддзі, яе ўкараненне ў педагагічныя практыкі далёкае ад ідэалу. Напрыклад, у Рэспубліцы Беларусь яна не з'яўляецца кампанентам сярэдняй і вышэйшай адукацыі (за выключэннем спецыялізаванай). Некалькі іншая сітуацыя складваецца ў Расійскай Федэрацыі, дзе яшчэ ў 2002 г. Міністэрствам адукацыі і навукі была зарэгістравана спецыялізацыя “Медыяадукацыя” для педагагічных вышэйшых навучальных устаноў. Зараз курсы па медыяадукацыі і медыякультуры распрацаваныя ў Таганрогскім дзяржаўным педагагічным інстытуце, Далёкаўсходнім дзяржуніверсітэце, Цвярскім дзяржуніверсітэце, Варонежскім дзяржуніверсітэце, Маскоўскім інстытуце адкрытай адукацыі, Екацерынбургскім дзяржуніверсітэце, Томскім інстытуце інфармацыйных тэхналогій, Чалябінскім дзяржуніверсітэце, Паўднёва-Уральскім дзяржуніверсітэце, Тамбоўскім дзяржуніверсітэце, Курганскім дзяржуніверсітэце, Омскім дзяржуніверсітэце, Паморскім дзяржуніверсітэце і іншых установах. Па дадзеных даследчыка А.В. Шарыкава [15], медыяадукацыя ахоплівае каля 15 % расійскіх школ у гарадах з насельніцтвам звыш за 500 тыс. чалавек.

Ва Украіне ў 2011 г. пачаўся эксперымент па ўкараненні медыяадукацыі ў вучэбна-выхаваўчы працэс агульнаадукацыйных школ, у рэалізацыі якога ўдзельнічаюць Інстытут інавацыйных тэхналогій і зместу адукацыі, Інстытут сацыяльна-палітычнай псіхалогіі НАПН Украіны, Акадэмія ўкраінскай прэсы. Да эксперыменту “Навукова-метадычныя прынцыпы ўкаранення айчыннай мадэлі медыяадукацыі ў вучэбна-выхаваўчы працэс агульнаадукацыйных навучальных устаноў” далучыліся 80 школ з 7 абласцей і з Кіева. У 2013 г. ва Украіне прэзентавалі першы падручнік па медыяграматычнасці і медыяадукацыі, у падрыхтоўцы якога прымалі ўдзел у тым ліку заходнія медыяпедагогі.

У Заходняй Еўропе і Паўночнай Амерыцы актыўнае выкарыстанне адукацыйных медыя пачалося яшчэ ў канцы 1980-х гг.: у правінцыі Антарыё (Канада) медыяадукацыя стала абавязковым кампанентам навучання ў сярэдняй школе ў 1987 г., а ў 1990-х гг. школьныя курсы медыяграматычнасці распаўсюдзіліся па ўсёй Канадзе; у Аўстраліі абавязковую медыяадукацыю ўвялі ў 1990 г.; у Вялікабрытаніі медыяадукацыя інтэгрэвана ў школьныя ўрокі англійскай мовы. На мяжы XX–XXI стст. медыяадукацыя стала абавязковым кампанентам школьнага навучання ў Венгрыі. А.В. Фёдараў лічыць, што “інтэнсіўнаму развіццю медыяадукацыі ў многіх краінах спрыяла экспансія амерыканскіх сродкаў

масавай камунікацыі: шматлікія еўрапейскія медыяпедагогі спрабавалі і спрабуюць развіваць крытычнае мысленне навучэнцаў, каб дапамагчы ім супрацьстаяць ўздзеянню заакіянскай масавай культуры” (пераклад наш. – С.В.) [13, с. 5]. Ва ўсіх выпадках назіраецца актыўнае выкарыстанне розных формаў адукацыйных медыя ў інтэграцыі з агульнагуманітарным кампанентам адукацыі.

У ліку прыярытэтных (і перспектыўных) напрамкаў дзейнасці медыяструктур у навучальных установах вылучым наступныя:

1) развіццё крытычнага ўспрымання прадукцыі СМІ (і больш шырока – утрымання сучаснай медыясістэмы);

2) вывучэнне выразных сродкаў масмедыя і развіццё візуальнай граматынасці навучэнцаў;

3) інтэграцыя з гуманітарнымі і дакладнымі дысцыплінамі;

4) пераадоленне камунікацыйных бар’ераў, якія выклікаюць супярэчнасці паміж СМІ і грамадствам;

5) фарміраванне базавых навыкаў для эфектыўнай камунікацыі ў грамадзянскай супольнасці;

б) развіццё палітычнай і грамадзянскай культуры.

Адукацыйныя праекты на буйных тэлеканалах, друкаваныя СМІ і інтэрнэт-рэсурсы падобныя задачы вырашаць не могуць, бо знаходзяцца па іншы бок “інфармацыйнай барыкады”: часта не зацікаўлены ў развіцці крытычнага мыслення аўдыторыі, арыентуюцца на занадта шырокія аўдыторныя групы, дзейнічаюць з аглядкай на камерцыйную мэтазгоднасць і без належнай каардынацыі з акадэмічным асяроддзем.

Такім чынам, мы будзем весці размову пра “апасродкаваную” медыяадукацыю як пра найбольш даступны і дзейсны рэсурс развіцця медыяграматынасці і сцвярджэння культуры грамадзянскай камунікацыі.

Заходні вопыт

Падыходы да медыяадукацыі, распаўсюджаныя ў краінах Захаду, сучасныя даследчыкі абгрунтавана прапануюць абагульняць у наступнай класіфікацыі:

1. Адукацыйна-інфармацыйныя мадэлі (вывучэнне тэорыі і гісторыі, мовы медыякультуры і г. д.), якія абапіраюцца на культуралагічную, эстэтычную, семіятычную, сацыякультурную тэорыі медыяадукацыі.

2. Выхаваўча-этычныя мадэлі (разгляд маральных, рэлігійных, філасофскіх праблем на матэрыяле медыя), якія абапіраюцца ў асноўным на этычную, рэлігійную, ідэалагічную, экалагічную, пратэкцыянісцкую тэорыі медыяадукацыі.

3. Практыка-ўтылітарныя мадэлі (практычнае вывучэнне і ўжыванне медыятэхнікі), якія абапіраюцца на тэорыю “спажывання і задавальнення” і практычную тэорыю медыяадукацыі.

4. Эстэтычныя мадэлі (арыентаваныя на развіццё мастацкага густу і аналіз лепшых твораў медыякультуры), якія абапіраюцца на эстэтычную / мастацкую і культуралагічную тэорыі медыяадукацыі.

5. Сацыякультурныя мадэлі (сацыякультурнае развіццё творчай асобы ў плане ўспрымання, уяўлення, візуальнай памяці, інтэрпрэтацыі, аналізу, самастойнага крытычнага мыслення на падставе медыятэкстаў любых відаў і жанраў і г. д.), якія абапіраюцца ў асноўным на сацыякультурную, культуралагічную, семіятычную, этычную тэорыі медыяадукацыі і тэорыю развіцця крытычнага мыслення [13, с. 73].

Вопыт развіцця медыяадукацыі ў межах практыка-ўтылітарнай мадэлі быў вывучаны намі падчас рэалізацыі праекту “Адукацыйныя медыя ЗША: магчымасці адаптацыі да ўмоў акадэмічнага асяроддзя Беларусі” (2011 г.) пры падтрымцы праграмы Фулбрайта. Аб’ектам даследавання з’яўлялася амерыканская мадэль медыяадукацыі, якая рэалізуецца ў рэгіянальным універсітэце Франклін Пірс (г. Рынж, штат Нью-Хэмпшыр), дзе навучаюцца студэнты з 30 штатаў ЗША і 15 краін свету. Франклін Пірс уваходзіць у Асацыяцыю каледжаў Новай Англіі, агенцтвам Forbes уключаны ў спіс 600 лепшых навучальных устаноў ЗША, занесены ў ганаровы спіс фонду Джона Тэмплтана (намінацыя “Развіццё характару моладзі”).

Для адукацыйнага працэсу ва ўніверсітэце характэрныя асобасная накіраванасць, узгодненасць працы выкладчыкаў, рэальная, а не дэкларатыўная свабода самавыяўлення студэнтаў. Ва ўмовах адкрытасці

лакальнай інфармацыйнай прасторы гэта забяспечвае спрыяльныя ўмовы для функцыянавання акадэмічнага напрамку “масавая камунікацыя”, які прапануе Цэнтр масавай камунікацыі імя Марліна Фітцвотэра. У Цэнтры размяшчаецца факультэт масавай камунікацыі і функцыянуюць адукацыйныя СМІ: радыёстанцыя студэнцкага гарадка The Talon WFPC-LP 105,3 FM, тэлестудыя FPTV–25 з уласным каналам вяшчання на тэрыторыі ўніверсітэта, газета Pierce Arrow з яе інтэрнэт-версіяй www.PierceArrowNews.com, грамадскі інфармацыйны інтэрнэт-рэсурс.

Вывучэнне дынамікі сучаснай медыясферы ажыццяўляецца студэнтамі як спецыялізацыі “масавая камунікацыя”, так і іншых спецыялізацый. Студэнты вучацца трактаваць паведамленні ў СМІ і аналізаваць культурныя наступствы грамадскага спажывання інфармацыйнага прадукту, праходзяць прафесійна арыентаваныя трэнінгі. Тэлерадыёвяшчанне, выпуск друкаваных СМІ, праца ў сферы канвергентнай журналістыкі пачынаецца з першых дзён заняткаў і ажыццяўляецца навучэнцамі без прамога ўдзелу выкладчыкаў. Усе студэнцкія медыя ўніверсітэта аб’яднаны ў складзе “Медыягрупы Пірс” (The Pierce Media Group), якая ўключае ў сябе таксама падраздзяленне спартыўнага вяшчання Ravens Sports Network, аддзел рэкламы Four Corners Marketing і аддзел інтэрнэт-вяшчання The Fitz Online. Праца кожнай структуры медыягрупы кантралюецца куратарам з ліку студэнтаў.

Традыцыйна ў дзейнасці “Медыягрупы Пірс” задзейнічана каля 110 студэнтаў розных спецыяльнасцей, прычым гэтая праца не ўлічваецца пры вызначэнні акадэмічнай паспяховасці, ажыццяўляецца на бескаштоўнай аснове, з’яўляючыся адной з формаў валанцёрскай актыўнасці (штогод студэнты “даруюць” каля 4,8 тыс. гадзін сваёй працы).

Найстарэйшы ўніверсітэцкі сродак масавай інфармацыі, газета “Страла Пірс” (Pierce Arrow) выходзіць з 1963 г. раз на тры тыдні тыражом 1 тыс. асобнікаў. Газета ўключае разнажанравыя матэрыялы, аўтарам якіх можа выступіць любы студэнт універсітэта, – ад дакументальных нарысаў і спартыўных навін да надзвычайных здарэнняў ва ўніверсітэцкім гарадку. Кантэнт выдання складаюць навіны, інтэрв’ю, мастацкія творы, інфармацыя пра адпачынак і забавы, спорт, адукацыю, прадстаўленне новых выкладчыкаў. “Страла Пірс” з 2010 г. мае электронную версію, што звязана з імкненнем максімальна выкарыстоўваць магчымасці сучасных медыя: матэрыялы ў сетцы публікуюцца больш апэратыўна, суправаджаюцца вялікім аб’ёмам фотаілюстрацый і відэа.

Універсітэцкае радыё The Talon WFPC-LP 105,3 FM вяшчае на тэрыторыі ўніверсітэта і ў радыусе 16 км. Персанал станцыі фарміруецца з ініцыятыўных студэнтаў, якія прапануюць свае праекты (пераважна музычнай скіраванасці) і працуюць у якасці радыёжакеяў. Радыё мае афіцыйны сертыфікат FCC (Federal Communications Commission – Федэральная камунікацыйная камісія ЗША) і адыгрывае важную ролю ў жыцці гарадка Рынж. Напрыклад, станцыя ўключана ў адзіную сістэму апавяшчэння ў экстранных сітуацыях, якая паказала сваю эфектыўнасць падчас зімовых цыклонаў 2008 і 2011 гг.

Тэлевізійная станцыя FPTV–25 ажыццяўляе вяшчанне па кабельнай сетцы на тэрыторыі студэнцкага гарадка. Студыя ўключае ў сябе: а) здымачны павільён, абсталяваны стацыянарнымі відэакамерамі, трансфармуемай мэбляй, камп’ютарнай, светлавой і гукавой тэхнікай; б) апаратны блок, які забяспечвае запіс тэлепраграм і вяшчанне ў прамым эфіры; в) машынную залу, якая забяспечвае доступ да сродкаў камутацыі; г) блок кіравання, у якім захоўваецца відэазапісваючае абсталяванне, змяшчаецца архіў; д) мантажныя памяшканні для працы з праграмамі лічбавага відэамантажу; е) тэлевізійны офіс, прызначаны для правядзення арганізацыйных сходаў і нарад персаналу.

На тэлевізійнай студыі студэнты спрабуюць сябе ў якасці вядучых праграм і працуюць па-за эфірам: знаёмяцца з працай відэааператара, телесуфлёра, тэхнічнага дырэктара, гукааператара, аператара камп’ютарнай графікі, выпускаючага рэдактара і дырэктара. Структурна тэлецэнтр уключае ў сябе аддзелы інфармацыйных праграм, спартыўнага вяшчання, забаўляльны, рэкламны, праграмны і тэхнічны. Першыя чатыры аддзелы адказваюць за стварэнне тэлевізійных праектаў, праграмны аддзел займаецца фарміраваннем сеткі вяшчання і сістэматызацыяй архіва, тэхнічны – забяспечвае функцыянаванне студыйнага абсталявання. Каардынуе працу ўсіх аддзелаў студэнцкі менеджар, які выбіраецца штогод на конкурснай аснове.

Навіны, якія студэнты рыхтуюць самастойна – адзін з відаў валанцёрскай працы. У дадзеным працэсе добраахвотна ўдзельнічаюць найбольш падрыхтаваныя студэнты, якія выпускаюць 15-хвілінную праграму раз на тыдзень. Навучэнцы спрабуюць працаваць на розных пазіцыях, у выніку выбіраючы найбольш прыдатную для сабе тэлевізійную прафесію. Набор кампетэнцый, якія набываюцца ў працэсе падобнай дзейнасці, дазваляе казаць аб выпускніках універсітэта як аб прадстаўнікамі новай фармацыі “ўніверсальных” журналістаў.

Асаблівае значэнне надаецца спартыўным праектам тэлеканала, бо для любога амерыканскага ўніверсітэта спорт з'яўляецца адным з асноўных фактараў фарміравання станоўчага іміджу ўстановы. Пспехі ці няўдачы студэнцкіх каманд успрымаюцца як поспехі ці няўдачы ўсяго ўніверсітэта, нярэдка адсоўваючы на другі план акадэмічны працэс і навуковыя распрацоўкі прафесарска-выкладчыцкага складу.

Найбольшая колькасць студэнтаў задзейнічана ў падрыхтоўцы праектаў аддзела забаўляльных праграм. У паўзах паміж праектамі выходзяць у эфір уласныя рэкламныя ролікі: а) сацыяльная рэклама: прапаганда здаровага ладу жыцця, прафілактыка злоўжывання алкаголем, супрацьпраўных паводзінаў і г. д.; б) ўніверсітэцкая інфармацыя: праца сацыяльных службаў універсітэта, адкрыццё новых клубаў і арганізацый, магчымасці працаўладкавання, змены ў навучальным графіку і г. д.; в) “самарэклама”: рэклама ўласных праграм, анонсы мастацкіх фільмаў, прыцягненне валанцёраў да працы на тэлестудыі.

Такім чынам, функцыянаванне СМІ факультэта масавай камунікацыі ўніверсітэта Франклін Пірс характарызуецца наступнымі асаблівасцямі: а) структурная і арганізацыйная адпаведнасць прынятай у ЗША медыямадэлі; б) максімальная інтэграцыя тэарэтычнай падрыхтоўкі і практыкі; в) дзейнасць з улікам актуальных тэндэнцый у тэхнічным плане, што робіць практычны вопыт выпускнікоў запатрабаваным на рынку працы; г) магчымасць для студэнтаў у працэсе навучання вызначыць перавагі ўсіх асноўных медыяспецыялізацый.

Мэты адукацыйных медыя ва ўніверсітэце Франклін Пірс можна падзяліць на дзве катэгорыі. З аднаго боку, яны прапануюць вычарпальную інфармацыю аб жыцці ўніверсітэта, чым спрыяюць сацыялізацыі навучэнцаў і аптымізацыі грамадскага жыцця на лакальным узроўні. З іншага боку – і гэта вельмі важна для ўніверсітэта, для дэмакратычнага грамадства, для развіцця кар'еры выпускнікоў – СМІ садзейнічаюць адкрытаму абмеркаванню агульных праблем.

У функцыянаванні падобнай “заходняй мадэлі” няпрофільнай медыяадукацыі відавочна праяўляецца так званы “дэлібератыўны” падыход да дэмакратыі. Дэлібератыўная дэмакратыя грунтуецца на ідэі, што ўстойлівы дыялог у публічнай сферы з'яўляецца жыццёва неабходным фактарам для справядлівага вырашэння грамадскіх праблем, для ўмацавання легітымнасці публічных працэсаў і інстытутаў і для зацвярджэння ролі лакальных супольнасцей. Напрыклад, у дыскусійным клубе ўніверсітэта Франклін Пірс “Сакрат” праходзяць адкрытыя нефармальныя

дыскусіі, на якіх студэнты і выкладчыкі абмяркоўваюць неадназначныя грамадскія пытанні. На публічнае абмеркаванне з удзелам універсітэцкіх медыя выносіліся наступныя тэмы: “Паляпшэнне расавых і этнічных адносінаў ва ўніверсітэце”, “Пол: у чым грамадская розніца?”, “Сэкс: публічная агалоска асабістага жыцця”, “Час для жыцця: баланс паміж працай, каханнем і адпачынкам”, “Адзіны Свет: што адбываецца ў свеце без межаў?”, “Землеўпарадкаванне: калі сутыкнуцца горад і вёска?”, “Рыхтуемца да будучыні: якая адукацыя нам спатрэбіцца пасля школы?” і падобныя. Такая практыка дазваляе індывідам пераўтварыцца ў больш актыўных і ўплывовых удзельнікаў лакальных супольнасцей, стварае ўмовы для значных сацыяльных змен. У выніку ўтвараецца новае разуменне праблем і ўкараняюцца новыя падыходы да іх вырашэння.

Падобны грамадзянскі дыялог у межах універсітэта прыводзіць да фарміравання таго, што прынята пазначаць паняццем “грамадскасць”. Сродкі масавай інфармацыі таксама выкарыстоўваюцца для ўмацавання станоўчага іміджу ўніверсітэта, распаўсюджвання ў рэгіёне інфармацыі аб яго канкурэнтных перавагах (кошту навучання, накіраванасці акадэмічных праграм, кваліфікацыі прафесарска-выкладчыцкага складу і г. д.). У пэўнай ступені такая дзейнасць уяўляе сабой форму грамадзянскага ўдзелу ўніверсітэцкіх медыяструктур.

Дыягностыка інфармацыйнай культуры ва ўмовах ізаляванасці адукацыйнай прасторы

Аналіз магчымасцей адаптацыі амерыканскага вопыту да беларускай сістэмы адукацыі быў праведзены намі ў спецыфічных умовах адноснай інфармацыйнай ізаляванасці навучальнай установы. Аб’ектам вывучэння з’явілася інфармацыйна-адукацыйная прастора Магілёўскага інстытута Міністэрства ўнутраных спраў Рэспублікі Беларусь. Прадметам даследавання выступіла спецыфіка фарміравання інфармацыйнай культуры навучэнцаў інстытута.

Дыягностыка інфармацыйнай культуры ў адукацыйнай прасторы сістэмы Міністэрства ўнутраных спраў была праведзена намі з выкарыстаннем метадаў анкетавання і ўключанага назірання. Фокус-групай даследавання з’яўляліся курсанты факультэта міліцыі другога, трэцяга і чацвёртага гадоў навучання (сярэдні ўзрост – 19–22 гады). Курсантам была прапанавана анкета, якая змяшчала 20 пытанняў, накіраваных на высвятленне: а) дамінуючых крыніц атрымання інфармацыі; б) узроўню

ўсвядомленасці ва ўспрыманні масавай інфармацыі; в) тэматычных пераваг; г) культуры карыстання інтэрнэт-рэсурсамі; г) спецыфікі ўспрымання патэнцыялу ўплыву медыя на сацыяльна-палітычную і культурную сітуацыю ў грамадстве; д) ступені даверу да інфармацыі, якая распаўсюджваецца СМІ. У даследаванні прынялі ўдзел 100 рэспандэнтаў.

Даследаванне паказала, што асноўнай асаблівасцю інфармацыйных пераваг курсантаў устаноў вышэйшай адукацыі сістэмы МУС з'яўляецца іх фарміраванне ва ўмовах дэфіцыту часу, у выніку чаго назіраецца больш высокая ступень выбіральнасці і ўсвядомленасці ў карыстанні медыя-рэсурсамі ў параўнанні са студэнтамі “грамадзянскіх” устаноў вышэйшай адукацыі.

У якасці дамінуючай крыніцы атрымання карыснай інфармацыі 86 % курсантаў назвалі інтэрнэт. Прыкметна саступаюць у гэтых адносінах тэлебачанне (адзначана ў 17 % анкет) і друкаваныя СМІ (12 % анкет). Некалькі нечаканай у кантэксце праваахоўнай дзейнасці, якая патрабуе дакладнасці і карэктнасці інфармацыі, выглядае ступень даверу курсантаў да нефармальнага каналаў камунікацыі: кожны пяты рэспандэнт адзначыў у якасці важнай крыніцы інфармацыі чуткі.

95 % курсантаў карыстаюцца сеткай інтэрнэт штодня, 5 % – некалькі разоў на тыдзень. Даследаванне дазволіла скласці спіс пераваг анлайн-рэсурсаў (можна было выбраць некалькі варыянтаў з прапанаваных): сацыяльныя сеткі (адзначаны ў 82 % анкет), сайты, якія змяшчаюць музыку і фільмы (70 % анкет), пошукавыя сістэмы (68 % анкет), сайты СМІ (40 % анкет), віртуальныя энцыклапедыі і кнігі (24 % анкет), сайты з гатовымі рэфератамі і дакладамі (20 % анкет), чаты і форумы (18 % анкет), гульнявыя сайты (7 % анкет), сайты віртуальных знаёмстваў (5 % анкет). Такая градацыя паказвае, што Сусветнае сеціва ўспрымаецца курсантамі ў большай ступені як забаўляльнае асяроддзе, а яго патэнцыял у якасці адукацыйнага рэсурсу неапраўдана абмяжоўваецца пошукам гатовай інфармацыі і яе нерэфлексійным выкарыстаннем.

На прагляд тэлепраграм курсанты вылучаюць у сярэднім 20 хвілін на дзень, што звязана з немагчымасцю вольнага доступу да тэлевізійнага абсталявання. Сярод тэлеканалаў, якія часцей за іншыя згадваліся ў анкетах, – “Беларусь 1”, “Беларусь 2”, “ОНТ”, “ТНТ”, “History”, “Discovery” і “МузТВ”. Радыёвяшчанне ў якасці крыніцы атрымання інфармацыі для маладых людзей практычна згубіла значэнне: FM-радыёстанцыі ўтрымліваюць аўдыторыю толькі забаўляльным кантэнтам і папулярнай музыкай. Гэтым шмат у чым тлумачыцца непрацяглы час, які

адводзіцца курсантамі на праслухоўванне радыёперадач: каля 15 хвілін на суткі.

Чытанню газет, якія названы курсантамі трэцім па значнасці інфармацыйным рэсурсам, адводзіцца ў сярэднім 10 хвілін на суткі. Пры гэтым чытанне не мае пошукава-аналітычнага, праблемнага характару, пра што, акрамя часавага дэфіцыту, сведчыць частае згадванне ў анкетах ведамаснай газеты Міністэрства ўнутраных спраў “На страже” (рускамоўнае выданне), а таксама “Савецкай Беларусі”, заснавальнікам якой з’яўляецца Адміністрацыя Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь.

Пры адказе на пытанне “Якія сучасныя праблемы вас больш за ўсё хвалююць?” курсанты ўскосна выказалі аўдыторную цікавасць сваёй узроставай групы да інфармацыі забяўляльнага і канфліктнага зместу. Так, спартыўныя навіны прыярытэтныя для 56 % рэспандэнтаў, крымінальная хроніка – 43 %, музычныя праекты – 37 %, пытанні адносін з супрацьлеглым полам – 36 %, гумар – 24 %. У той жа час інфармацыя, якая тычыцца культуры і мастацтва, адзначана як вартая ўвагі ў 9 % анкет, тэатральнае жыццё – толькі ў дзвюх анкетах.

Даследаванне дазволіла выявіць заканамернасць: для рэспандэнтаў разнастайная і цікавая інфармацыя важней за яе дакладнасць і патэнцыял уплыву на грамадства, а масавая інфармацыя ўспрымаецца як забяўляльны прадукт масавага спажывання. Нягледзячы на тое, што больш за 70 % курсантаў лічаць узровень даступных ім сродкаў масавай інфармацыі высокім ці сярэднім, 55 % апытаных адзначылі толькі частковы ўзровень даверу да СМІ, 7 % выказалі поўны недавер, яшчэ 8 % не змаглі дакладна вызначыць сваю пазіцыю. Пры гэтым каля 40 % курсантаў не здолелі прапанаваць аніводнага кроку, які мог бы спрыяць аптымізацыі дзейнасці медыя, 28 % курсантаў прапанавалі вырашаць праблему выключна праз прыцягненне да працы маладых спецыялістаў.

Аб нізкай патрабавальнасці да масавай інфармацыі сведчыць і тое, што моўны складнік дзейнасці СМІ для курсантаў не з’яўляецца прынцыповым (распаўсюджаныя пазіцыі: “Галоўнае, каб я разумеў, пра што ідзе гаворка”, “Яны кажуць так, як прынята на вуліцы” і да т. п.). 40 % рэспандэнтаў палічылі цалкам дапушчальным выкарыстанне ў СМІ ненарматыўнай лексікі і жарганізмаў, 10 % выказалі сваю абыякавасць да моўнай культуры ў падачы масавай інфармацыі.

Неразуменне прынцыпаў функцыянавання сучасных СМІ выявілася і ў стаўленні рэспандэнтаў да рэкламнага кантэнту: 43 % успрымаюць рэкламу станоўча (адзначаючы пры гэтым яе ролю ў якасці “правадыра” ў

велізарнай колькасці тавараў і паслуг), 47 % ставяцца да рэкламы адмоўна (у якасці абгрунтавання выступае нізкая якасць рэкламы, з'яўленне паўз для рэкламы ў цікавых праграмах і інш.). У той жа час 30 % курсантаў спрабуюць не звяртаць на рэкламу увагі, прызнаючы яе неабходнасць для фінансавага забеспячэння функцыянавання СМІ.

Ацэньваючы ўплыў сродкаў масавай інфармацыі на сацыяльна-палітычную і культурную сітуацыю ў грамадстве, рэспандэнты разышліся ў ацэнках: 26 % адзначылі дэфармуючы, дэстабілізуючы ўплыў, 22 % назвалі СМІ крыніцай аб'ектыўнай інфармацыі, 25 % – сродкам зносінаў і крыніцай інтэграцыі, яшчэ 27 % – не змаглі вызначыцца з ацэнкай. Пры гэтым некалькі парадаксальным выглядае меркаванне навучэнцаў адносна ўплыву сродкаў масавай інфармацыі на патрыятычнае выхаванне моладзі: у 55 % анкет такія ўплыў названы станоўчым, у 17 % – нейтральным. Не менш супярэчлівым уяўляецца меркаванне маладых супрацоўнікаў органаў унутраных спраў адносна ўплыву СМІ на распаўсюджванне наркаманіі, алкагалізму, злачыннасці ў дзяржаве. 44 % курсантаў лічаць, што такое ўздзеянне прысутнічае, 40 % – адмаўляюць сувязь паміж масавай інфармацыяй і найбольш вострымі сацыяльнымі праблемамі, 16 % – не маюць пэўнага меркавання. Адказваючы на пытанне, які гэта ўплыў, 30 % рэспандэнтаў адзначылі прафілактычную ролю СМІ, 25 % палічылі, што СМІ здольныя да самастойных актыўных дзеянняў у барацьбе са злачыннасцю і сацыяльнымі праблемамі, 10 % вырашылі, што масмедыя бяздзейнічаюць, яшчэ 25 % не вызначыліся з адказам.

Названыя тэндэнцыі сведчаць аб наяўнасці прабелаў у інфармацыйнай культуры курсантаў устаноў адукацыі сістэмы Міністэрства ўнутраных спраў, звязаных як са стыхійным характарам медыя-сацыялізацыі навучэнцаў, так і са спецыфікай адукацыйнага і праваахоўнага асяроддзя.

Даследаванне, праведзенае ў Магілёўскім інстытуце МУС Рэспублікі Беларусь, дазволіла выявіць таксама асноўныя супярэчнасці ў працэсе фарміравання інфармацыйнай культуры курсантаў:

- 1) умовы часовага дэфіцыту, якія прадвызначаюць досыць высокую ступень інфармацыйнай выбіральнасці;
- 2) абмежаванае выкарыстанне адукацыйных рэсурсаў сеткі інтэрнэт пры іх адкрытасці і даступнасці;
- 3) высокая ступень даверу да нефармальных каналаў камунікацыі пры свабодным доступе да кантэнтнага аўтарытэтных СМІ (як айчынных, так і замежных);

4) неразвітасць суб'ектыўных механізмаў пошукава-аналітычнага ўспрымання друкаваных СМІ;

5) нізкая патрабавальнасць да якасці інфармацыі і прафесіяналізму СМІ на фоне толькі частковага даверу да масмедыя;

6) лаяльнае стаўленне да фактаў скажэння інфармацыі пры ўмове прывабнай формы яе падачы;

7) адсутнасць устойлівага меркавання адносна патэнцыялу ўплыву СМІ на грамадска-палітычныя працэсы ў цэлым і дынаміку злачыннасці – у прыватнасці.

На наш погляд, медыятызацыя адукацыйнага асяроддзя, якая прадугледжвае развіццё ў навучэнцаў навыкаў узаемадзеяння з інфармацыйнай сферай грамадства, а таксама здольнасцей да самастойнага канструявання і трансфармацыі інфармацыйных плыняў, з'яўляецца эфектыўным сродкам пераадолення названых супярэчнасцей.

Навучальнае тэлебачанне: эксперымент ва ўмовах адсутнасці медыяспецыялізацыі

Прааналізаваўшы прабелы ў развіцці інфармацыйнай культуры курсантаў і магчымасці адаптацыі амерыканскага вопыту да беларускай сістэмы адукацыі, у 2012 г. кафедра сацыяльна-гуманітарных дысцыплін Магілёўскага інстытута Міністэрства ўнутраных спраў Рэспублікі Беларусь рэалізавала праект лабараторыі навучальнага тэлебачання. У тэхнічным плане лабараторыя ўяўляе сабой комплекс “вытворчы цэнтр – цэнтр медыякамунікацыі”, які забяспечвае поўны цыкл стварэння відэапрадукцыі, правядзенне вэб-семінараў, канферэнцый і прэзентацый з выкарыстаннем сістэмы відэаканферэнцсувязі. Кадравая праблема была вырашана шляхам арганізацыі для найбольш здольных курсантаў факультатыўных заняткаў па асновах тэхнікі і тэхналогіі тэлебачання (відэаздымкі, мантаж, рэжысура, капірайтынг і г. д.).

Медыяадукацыя супрацоўнікаў органаў унутраных спраў уяўляецца актуальнай таксама ў кантэксце дзеючага заканадаўства. Так, артыкул 5 Закона Рэспублікі Беларусь ад 17 ліпеня 2007 г. № 263-З “Аб органах унутраных спраў Рэспублікі Беларусь” сцвярджае, што “дзеянсць органаў унутраных спраў з'яўляецца галоснай, адкрытай для грамадзян і СМІ ў той меры, у якой гэта не супярэчыць патрабаванням заканадаўства Рэспублікі Беларусь аб абароне дзяржаўных сакрэтаў і іншай тайне, якая абараняецца законам” (пераклад наш. – С.В.) [8].

З улікам спецыфікі падрыхтоўкі кадраў для прававой сістэмы, а таксама патрабаванняў, што прад'яўляюцца да выпускнікоў навучальных устаноў сістэмы Міністэрства ўнутраных спраў, праца лабараторыі вядзецца ў чатырох накірунках: адукацыйным, навукова-метадычным, інфармацыйным і іміджавым.

Рэалізацыя адукацыйнага напрамку дзейнасці лабараторыі распачалася з вывучэння ўзроўню запатрабаванасці кафедрамі дыдактычнага відэаматэрыялу, што выклікала неабходнасць пераасэнсавання дзеючых праграм і перагляду навучальных курсаў. Аналіз паказаў, што больш за 50 % лекцыйных тэм па прававых дысцыплінах, а таксама дысцыплінах гуманітарнага цыклу маюць патрэбу ў дадатковай візуалізацыі, аднак не маюць мэтанакіравана падрыхтаваных медыяматэрыялаў. Асаблівасцю дыдактычнага відэа, падрыхтаванага лабараторыяй, з'яўляецца яго модульная пабудова: часткі фільмаў могуць быць выкарыстаны ў якасці асобных завершаных сюжэтаў, відэазадач, інструкцый.

Адзначым, што пры падрыхтоўцы навучальных фільмаў па профільных дысцыплінах нярэдка патрабуецца прыцягненне да ўдзелу ў здымачным працэсе спецыялістаў іншых органаў і падраздзяленняў. Напрыклад, у здымках фільма “Арганізацыя і парадак правядзення дадгляду (агляду) паветранага судна” (дысцыпліна “Тактыка-спецыяльная падрыхтоўка”), якія праходзілі на навучальным палігоне інстытута “Паветранае судна”, удзельнічалі прадстаўнікі Магілёўскага філіяла Дзяржаўнага прадпрыемства “Белаэранавігацыя”, аддзялення памежнага кантролю “Магілёў”, а таксама Магілёўскай мытні.

Праца над стварэннем відэапрадукцыі прадвызначыла неабходнасць у выпрацоўцы крытэрыяў дыферэнцыяцыі навучальных матэрыялаў. У якасці такіх, на наш погляд, могуць выступаць: а) дыдактычныя мэты, б) сюжэтная пабудова, в) хранаметраж, г) ступень аўтаномнасці медыяпрадукту, д) крыніца (паходжанне) відэаматэрыялу. У адпаведнасці з названымі крытэрыямі мы вылучаем наступныя асноўныя віды адукацыйных відэаматэрыялаў: навучальны фільм, навучальны сюжэт, відэафрагмент, відэаўрок, відэаінструкцыя.

Навучальны фільм – гэта мэтанакіравана створаны аўдыёвізуальны прадукт, які прадстаўляе шырокі дыдактычны матэрыял па асобнай тэме пэўнай дысцыпліны, валодае сюжэтнай завершанасцю і поўнай самастойнасцю ў кантэксце навучальных мэт.

Навучальны сюжэт – мэтанакіравана створаны аўдыёвізуальны прадукт, які прадстаўляе абмежаваны дыдактычны матэрыял па асобных

пытаннях дысцыпліны, валодае сюжэтай завершанасцю, але патрабуе разгорнутага камэнтару выкладчыка.

Відэафрагмент – 1) частка навучальнага фільма (эпізод), які характарызуецца адноснай сюжэтай і дыдактычнай завершанасцю; 2) фрагмент відэаматэрыялу неадукацыйнага характару, ілюстрацыйна звязаны з асобным пытаннем вучэбнай тэмы.

Відэаўрок – гэта мэтанакіравана створаны навучальны аўдыё-візуальны прадукт, які падае вычарпальны дыдактычны матэрыял па асобнай тэме дысцыпліны і мае на мэце максімальна поўнае засваенне ведаў, уменняў і навыкаў у адпаведнасці з вучэбнай праграмай.

Відэаінструкцыя – аўдыёвізуальны прадукт, які змяшчае падрабязную дэманстрацыю дзеянняў і іх паслядоўнасці ў пэўных умовах альбо сітуацыі.

Эфектыўнасць укаранення ў навучальны працэс дыдактычнай відэапрадукцыі ўласнай вытворчасці не выклікае сумненняў. Гэта абумоўлена як агульнымі заканамернасцямі ўспрымання і засваення інфармацыі, так і адносна абстрактным характарам профільных дысцыплін ведамаснай установы, які ўскладняе ўспрыманне тэарэтычнага матэрыялу без візуальнага суправаджэння. Наш вопыт паказаў, што любы прадукт, які ствараецца адукацыйнымі медыя, павінен быць інтэграваны ў гуманітарныя, дакладныя і прававыя дысцыпліны. У такім выпадку факталагічная аснова таго ці іншага вучэбнага прадмета будзе з'яўляцца факталагічнай асновай медыяадукацыі.

Навукова-метадычны напрамак дзейнасці тэлевізійнай лабараторыі прадугледжвае працу ў накірунку аўдыёвізуалізацыі перадавых навуковых распрацовак прафесарска-выкладчыцкага складу як інстытута, так і іншых устаноў вышэйшай адукацыі Рэспублікі Беларусь у сферы метадыкі выкладання і інавацыйных педагагічных тэхналогій. Папярэднія вынікі нашага даследавання прадвызначылі правядзенне вясной 2014 г. у інстытуце МУС Міжнароднай канферэнцыі “Медыясфера і медыяадукацыя: спецыфіка ўзаемадзеяння ў сучаснай сацыякультурнай прасторы”.

Найбольшыя цяжкасці ў працы медыяпадроздзялення выклікае інфармацыйны кампанент, звязаны з развіццём у курсантаў спецыяльных навыкаў журналісцкай дзейнасці. Апошнія неабходныя як для падрыхтоўкі ўласнай інфармацыйнай праграмы, так і для супрацоўніцтва з рэгіянальнымі СМІ (найбольш цеснае ўзаемадзеянне наладжана з Магілёўскім гарадскім тэлебачаннем “2 канал”: за няпоўны 2014 г. у рэгіянальны эфір

выйшла каля 30 відэасюжэтаў, падрыхтаваных лабараторыяй навучальнага тэлебачання інстытута).

На наш погляд, у гэтай сферы схаваны найбольшы патэнцыял тэлевізійнай лабараторыі ў развіцці кампетэнцый грамадзянскай камунікацыі навучэнцаў. Сама адносна “закрытая” навучальная ўстанова ўяўляе сабой ўдалую мадэль цыркулявання інфармацыі ў лакальнай супольнасці, дзе індывіды могуць прасачыць увесь ланцужок ад уласна падзеі да яе адлюстравання і інтэрпрэтацыі ў СМІ, ацаніць адпаведнасць паміж арыгіналам і яго медыйным аналагам, вызначыць прычыны скажэнняў паведамленняў і іх наступствы для аўдыторыі. У гэтым дачыненні можна вылучыць тры ўмоўныя групы:

1) т. зв. “ньюсмейкеры” – найбольш сацыяльна актыўныя курсанты, пры ўдзеле якіх ствараюцца інфармацыйныя нагоды і праходзяць значныя падзеі ў сферы адукацыі, навукі, культуры, спорту і інш.;

2) творчая група лабараторыі, якая сутыкаецца з неабходнасцю інфармацыйнай перапрацоўкі, трансфармацыі падзей у адпаведнасці з патрабаваннямі тэлевізійнага фармату і службовымі інтарэсамі;

3) масавая аўдыторыя (курсанты і супрацоўнікі ўстановы), што з’яўляецца як удзельнікам падзей, так і спажыўцом канчатковага інфармацыйнага прадукту.

Аўдыторны аналіз сродкаў масавай інфармацыі Магілёва і вобласці паказаў, што, нягледзячы на перыядычнае з’яўленне ў друку, тэлерадыёэфіры і ў інтэрнэт-СМІ інфармацыі аб інстытуце, магілёўцы не здольны самастойна сфарміраваць цэласнае ўяўленне і адэкватнае меркаванне пра яго. Фрагментарнасць ацэнак, перадузятасць, стэрэатыпічнасць і непаслядоўнасць меркаванняў скажалі ўспрыняцце рэальнай ролі навучальнай установы ў адукацыйнай прасторы.

Лабараторыяй навучальнага тэлебачання сумесна з гарадскім тэлебачаннем “2 канал” быў распрацаваны план адлюстравання ў эфіры розных сфер дзейнасці інстытута: адукацыйны працэс, навуковая дзейнасць, ідэалагічная праца, спартыўныя мерапрыемствы, інавацыйныя метады і тэхналогіі навучання, творчасць курсантаў, пераемнасць пакаленняў і інш. У здымках і мантажы шэрагу інфармацыйных сюжэтаў былі задзейнічаны курсанты інстытута, якія ўваходзяць у склад творчай групы лабараторыі.

Рэгулярная прысутнасць навучальнай установы ў медыйным дыскурсе рэгіёна дазволіла зрабіць яго больш адкрытым масавай аўдыторыі, як следства – павысіць прэстыж інстытута. Рэалізаваная інфар-

мацыйная стратэгія таксама садзейнічала пераадоленню фрагментарнасці вобразу інстытута ў масавай свядомасці.

“Нарад па-за чаргой”, які ствараецца лабараторыяй навучальнага тэлебачання сумесна з Магілёўскім гарадскім тэлебачаннем “2 канал”, з’яўляецца прыкладам адначасовай паспяховай рэалізацыі дыдактычных, інфармацыйных і іміджавых задач. У праекце спалучаюцца навучальны фільм і інфармацыйна-аналітычная праграма фармату “Live”, прысвечаная дзейнасці органаў і падраздзяленняў Міністэрства ўнутраных спраў. Курсанты, якія выступаюць у ролі вядучых праграмы, “прымяраюць” на сябе будучую прафесію, заступаючы на дзень ва ўмоўны “нарад” разам з дзеючымі супрацоўнікамі. Праект выходзіць у эфір гарадскога тэлебачання, усе яго серыі даступныя на сайце інстытута, а таксама на сервісе You Tube. Высокі для рэгіянальнага праекту рэйтынг абумоўлены заканамернай цікавасцю аўдыторыі да прававой сферы, а таксама нестандартным поглядам на працу праваахоўнай сістэмы ў цэлым (у цэнтры ўвагі аказваецца чалавек, а не праблема). Усе 20-хвілінныя серыі (аб дзейнасці ўчастковых інспектараў міліцыі ў горадзе і на вёсцы, транспартнай міліцыі, дзяржаўтаінспекцыі, дэпартаменту аховы, аддзела міліцыі асабага прызначэння і г. д.) выкарыстоўваюцца ў навучальным працэсе ў якасці ілюстрацыйнага і праблемнага відэаматэрыялу. Іх дыдактычная каштоўнасць абумоўлена напаўдакументальным характарам відэа, жыццёвасцю і непрадказальнасцю сітуацый, у якія трапляюць вядучыя-курсанты падчас нясення “нараду па-за чаргой”. Сумесны праект мае таксама відавочнае іміджавае значэнне, раскрываючы “чалавечы” складнік дзейнасці органаў унутраных спраў Рэспублікі Беларусь.

Стабільная прысутнасць інстытута МУС у медыядыскурсе рэгіёна спрыяе ліквідацыі інфармацыйных прабелаў і фарміраванню пазітыўнага стаўлення да ўстановаў сярод насельніцтва горада і вобласці. У больш шырокім плане – адбываецца аптымізацыя іміджу ўсіх службаў і падраздзяленняў Міністэрства ўнутраных спраў, а таксама прававой сістэмы рэспублікі ў цэлым. Неабходна адзначыць яшчэ адзін, хутчэй пабочны, фактар: ужо само стварэнне ў інстытуце лабараторыі навучальнага тэлебачання – падраздзялення новага фармату, якое змяняе ўяўленне пра функцыянаванне навучальнай установы сістэмы МУС – з’явілася магутным іміджавым фактарам.

У якасці “пабочных” вынікаў выкарыстання патэнцыялу тэлевізійных тэхналогій мы разглядаем удзел падрыхтаваных у інстытуце работ у творчых конкурсах рознага ўзроўню. Падобная дзейнасць, акрамя

відавочнага ідэалагічнага складніку, выконвае важную іміджавую функцыю: прысутнасць у медыяасяроддзі рэгіёна курсантаў (артыкулы ў газетах, сюжэты на рэгіянальным тэлебачанні аб дзейнасці лабараторыі навучальнага тэлебачання) спрыяе адкрыццю навучальнай установы для лакальнай аўдыторыі СМІ.

Дадатковая сацыялізацыя курсантаў з дапамогай тэлевізійнага эфіру таксама спрыяе паляпшэнню іміджу супрацоўнікаў органаў унутраных спраў. Курсанты, якія прайшлі курс падрыхтоўкі на базе лабараторыі навучальнага тэлебачання і засвоілі прынцыпы эфектыўнага ўзаемадзеяння са сродкамі масавай інфармацыі, змогуць паспяхова выконваць службовыя абавязкі прэс-афіцэраў у розных падраздзяленнях міліцыі. Адным з вынікаў навучання ва ўмовах медыятызацыі адукацыйнага асяроддзя інстытута з'яўляецца развіццё камунікатыўных навыкаў. Акрамя засваення прадугледжанай вучэбным планам дысцыпліны “Рыторыка”, курсанты набываюць магчымасць выступаць у якасці інтэрв'юераў, сцэнарыстаў, рэжысёраў, рэдактараў навучальных фільмаў, што патрабуе досыць высокага ўзроўню камунікатыўнай культуры.

Паспяховы вопыт медыятызацыі прававога асяроддзя ва ўмовах адноснай інфармацыйнай ізаляванасці навучальнай установы дазваляе меркаваць аб значным патэнцыяле ўкаранення медыясродкаў ва ўстановах вышэйшай адукацыі Рэспублікі Беларусь.

Медыяадукацыя і візуальная культура

Пры аналізе ўспрымання медыяпрадукту аўдыторыяй мы прапануем выкарыстоўваць шкалу, распрацаваную А.А. Бандарэнка: а) побытавы ўзровень ўспрымання; б) узровень соцыуму; в) узровень мастацкіх вобразаў; г) узровень разумення аўтарскай канцэпцыі; д) узровень ўзнiкнення ўласнай канцэпцыі [1].

Наш вопыт сведчыць, што на пачатковым этапе медыятызацыі адукацыйнага асяроддзя навучэнцы схільныя заставацца на побытавым узроўні, экстрапалюючы свой індывідуальны вопыт ўспрымання масавай інфармацыі на любыя новыя ўмовы ўзаемадзеяння са СМІ. Яшчэ адной праблемай, з якой даводзіцца сутыкацца не толькі ў вучэбнай аўдыторыі, з'яўляецца адсутнасць крытычнага стаўлення да масавай інфармацыі, абумоўленае ўстойлівай культурнай традыцыяй адносна нядаўняга савецкага мінулага “пішуць у газетах, кажуць па тэлебачанні – значыць, так і ёсць”). Дзейнасць лабараторыі навучальнага тэлебачання інстытута

МУС пацвердзіла заканамернасць: развіццё разумення таго, на чым засноўваюцца схаваны ўплыў і эмацыйнае ўздзеянне медыя, немагчыма без вывучэння візуальнай мовы і выразных сродкаў СМІ. Дадзеную задачу мэтазгодна вырашаць у працэсе вывучэння дысцыплін гуманітарнага цыклу, якія ўскосна ўдзельнічаюць у фарміраванні інфармацыйнай культуры (напрыклад, мы да такіх аднеслі “Рыторыку”, “Паліталогію”, “Сацыялогію”, “Асновы ідэалогіі” і шэраг іншых).

З гэтага пункту гледжання медыяадукацыя становіцца кампанентам (прычым, найбольш значным) развіцця агульнай візуальнай культуры, якая ўяўляе сабой комплекс візуальна-разумовых адносін суб’екта да рэальнасці, а таксама канкрэтна-глядзельныя спосабы яго крэатыўных паводзінаў. П.Н. Вінаградаў адзначае, што візуальная культура асобы – гэта “інтэгратыўная псіхалагічная адукацыя, накіраваная на ўзаемадзеянне з візуальным навакольным асяроддзем, якое ўключае псіхафізіялагічны, псіхалагічны і сацыяльна-псіхалагічны кампаненты” (пераклад наш. – С.В.) [4, с. 26]. У максімальна спрошчаным разуменні – гэта здольнасць да “правільнага” бачання візуальнага свету і да яго адэкватнай трактоўкі.

Улічваючы, што ў аснове ўяўленняў сучаснага чалавека аб свеце ляжаць зрокавыя вобразы, многія даследчыкі адводзяць візуальнай культуры дамінуючую пазіцыю і называюць адной з яе найважнейшых функцый пераўтварэнне візуальнай інфармацыйнай плыні. Зварот да новага тыпу культуры, новага тыпу светаўспрымання і новага тыпу ўзаемадзеяння з грамадствам шмат у чым адбыўся з прычыны змены ролі сродкаў масавай інфармацыі, формаў іх бытавання (ад вербальных да зрокавых), характару ўплыву на аўдыторыю, а таксама трансфармацыі самой аўдыторыі.

Для маладых людзей (асноўная частка студэнтаў і курсантаў вышэйшых навучальных устаноў) ва ўзросце 18–24 гадоў свет з’яўляецца візуальным, прычым, іншым ён ніколі для іх не быў. Аднак паміж пакаленнямі “даінтэрнэтных” і “лічбавых” (digital generation) існуе натуральны камунікатыўны разрыў, выкліканы, у тым ліку, рэзкім павелічэннем хуткасці візуальнага ўспрымання інфармацыі (у сярэднім – 2 секунды замест 20 секунд на “считванне” аднаго вобраза).

На думку Нікаласа Мірзоева (Nicholas Mirzoeff), сучасная візуальная культура характарызуецца інтэнсіфікацыяй вытворчасці і спажывання візуальных прадуктаў, экраннасцю, дамінаваннем візуальных медыя, недахопам крытычнага асэнсавання [17]. Усё больш актыўнае выкарыстанне паняцця “візуальная журналістыка” (ці “мультымедыяная

журналістыка”, заснаваная на стварэнні візуальнага апавядання на мяжы дысцыплін: тэлебачання, кінематографа, фота- і відэажурналістыкі, друкаваных СМІ) з’яўляецца адлюстраваннем названай тэндэнцыі. Ствараемае сродкамі масавай інфармацыі візуальнае асяроддзе апасродкавана ўплывае на фарміраванне патрэб і запытаў аўдыторыі, рыхтуе аснову для яе самаідэнтыфікацыі, у сувязі з чым “медыяадукацыя не толькі ўздзейнічае на фарміраванне медыякультуры асобы, але і істотна ўплывае на ментальную ідэнтычнасць” (пераклад наш. – С.В.) [10, с. 21]. Таму медыяграматнасць і візуальная граматычнасць становяцца паняццямі ўзаемазалежнымі, суадноснымі як відавое і родавае.

Варта ўлічваць таксама, што візуальная культура ў яе “глабальным” разуменні з’яўляецца адлюстраваннем масавай культуры, звычайна супрацьпастаўленай так званай “высокай”, элітарнай культуры. Згаданыя вышэй прабелы ў крытычным асэнсаванні рэцыпіентамі культурных феноменаў, адсутнасць аб’ектыўнай ацэначнай шкалы, уніфікацыя візуальных практык і вобразаў, а таксама прабелы ў медыяадукацыі – усё гэта абумоўлівае неабходнасць у актуалізацыі паняцця “візуальная адукацыя” ў акадэмічным асяроддзі. Асноўныя напрамкі развіцця візуальнай граматычнасці можна вызначыць наступным чынам.

1. Фарміраванне міжкультурнай кампетэнтнасці, у якую ўваходзіць разуменне разнастайных невербальных практык і знакаў. З гэтага пункту гледжання візуальная адукацыя цесна звязана з псіхалогіяй, этнаграфіяй, гісторыяй, сацыялогіяй, культуралогіяй і іншымі гуманітарнымі дысцыплінамі.

2. Выкарыстанне графікі, табліц, фатаграфій, інфаграфікі і іншых візуальных сродкаў для тлумачэння ўнутраных сувязей паміж комплекснымі канцэптамі. У гэтым выпадку мае патрэбу ў развіцці агульнанавуковая падрыхтоўка навучэнцаў, іх здольнасць да правядзення структурнага аналізу і тэарэтычнага абагульнення, да пабудовы фармаль-ных лагічных мадэлей.

3. Разгляд пісьмовай камунікацыі як візуальнай формы, усталяванне сувязей паміж словамі і вобразамі, магчымае ў рамках вывучэння філалагічных дысцыплін.

4. Фарміраванне разумення ідэалагічнага і сацыякультурнага кантэксту візуальных вобразаў. Гэты кірунак рэалізуецца пры акцэнтаваным вывучэнні візуальнасці ў кантэксце пэўнай гістарычнай эпохі, палітычнай сістэмы, дамінуючай ідэалагічнай дактрыны.

5. Выкарыстанне візуалізацыі для развіцця ўяўлення і творчых здольнасцей у межах любых навучальных дысцыплін.

6. Вывучэнне ўплыву новых тэхналогій на ўспрыманне сучаснай аўдыторыяй візуальных паведамленняў, больш шырока – пільны аналіз зместу сучаснай медыясферы, даследаванне практыкі сродкаў масавай інфармацыі рознага ўзроўню (як у межах профільных медыяадукацыйных курсаў, так і бесперапыннай самаадукацыі студэнтаў).

7. Развіццё разумення дарэчнасці выкарыстання візуальных сродкаў у пэўнай сітуацыі (кантэксте, сферы, часе, аўдыторыі і інш.).

8. Вывучэнне гісторыі развіцця і разгляд найбольш значных узораў візуальнай рыторыкі і рытарычнага выкарыстання візуальных вобразаў.

Як і ў выпадку з медыяадукацыяй, візуальная адукацыя можа мець тры напрамкі: прафесійная, агульнакультурная (у сістэме сярэдняй і вышэйшай адукацыі), стыхійная (пад уплывам бесперапыннай візуальнай плыні і яе самастойнай трактоўкі рэцыпіентамі). На наш погляд, найбольш перспектыўным з'яўляецца фарміраванне агульнакультурных візуальных кампетэнцый, якое ажыццяўляецца ва ўстановах адукацыі ў кантэксте: а) агульнагуманітарнай падрыхтоўкі, б) медыяадукацыйнага кампаненту.

Наша даследаванне паказала: нягледзячы на тое, што развіццё здольнасцей навучэнцаў да ўсвядомленага прачытвання візуальных паведамленняў у сродках масавай інфармацыі не з'яўляецца адкрыта дэкларуемай задачай дзейнасці лабараторыі навучальнага тэлебачання Магілёўскага інстытута МУС, такія кампетэнцыі фарміруюцца стыхійна і непазбежна. Праз год з пачатку дзейнасці лабараторыі экспрэс-апытанні, праведзеныя намі сярод курсантаў інстытута, выявілі, што каля 70 % навучэнцаў самастойна фіксуюць наяўнасць неадпаведнасцей паміж падзеямі ў лакальным асяроддзі і іх адлюстраваннем у тэлевізійным прадукце, а таксама задумваюцца над прычынамі такіх неадпаведнасцей. І ў дадзеным выпадку аказваецца неістотным, пра якія інфармацыйныя праграмы ідзе гаворка: унутраныя (трансляюцца праз лакальную відэасетку і інтэрнэт-рэсурсы) альбо знешнія (матэрыялы накіроўваюцца на рэгіянальнае тэлебачанне ў гатовым для эфіру выглядзе або ў выглядзе рабочага матэрыялу для мантажу і перапрацоўкі).

Мы лічым, што развіццё візуальнай культуры ў кантэксте медыяадукацыі не павінна насіць эпізядычны характар: поспех дадзенага працэсу шмат у чым вызначаецца сістэмнасцю і паслядоўнасцю фарміравання кампетэнцый, утвараючы магутны рэсурс, які дазваляе

стварыць умовы для сцвярджэння новай парадыгмы інфармацыйнай кампетэнтнасці асобы.

Пераадоленне камунікацыйных бар'ераў у прававой сферы

Нагадаем, што адна з задач адукацыйных медыя – пераадоленне камунікацыйных бар'ераў у СМІ, абумоўленых палітычнымі, сацыяльнымі, культуралагічнымі, эканамічнымі, тэхналагічнымі, тэрміналагічнымі, лінгвістычнымі, псіхалагічнымі і іншымі фактарамі. З'яўленне падобных бар'ераў абумоўлена стварэннем у СМІ неадэкватнай інфармацыйнай матрыцы працэсаў, якія адбываюцца ў грамадстве, а таксама яе канфліктным характарам. У выпадку з няпрофільнай медыя-адукацыяй курсантаў сістэмы Міністэрства ўнутраных спраў прыкладам камунікацыйнага бар'еру можа з'яўляцца сфарміраваны ў медыясферы супярэчлівы імідж супрацоўнікаў беларускай міліцыі.

Паводле дадзеных сацыялагічных апытанняў, поўны давер да органаў унутраных спраў выказваюць каля 35 % грамадзян Беларусі, у поўнай бяспецы сваёй маёмасці пераканана каля 40 % насельніцтва. Больш за 50 % грамадзян давярае міліцыі, але ў той жа час крытычна ставіцца да некаторых аспектаў яе дзейнасці. Улічваючы, што значная частка жыхароў рэспублікі непасрэдна з працай супрацоўнікаў праваахоўных структур не сутыкалася, аднак мае вельмі ўстойлівае пра іх меркаванне, можна дапусціць, што асноўнай крыніцай іміджу прававой сістэмы з'яўляецца інфармацыя ў СМІ, а дакладней – трактоўка гэтай інфармацыі як журналістамі, так і рэцыпіентамі. У сувязі з гэтым неабходна адзначыць спекулятыўны характар падачы навін аб злачынствах і здарэннях, залішнюю драматызацыю, выкарыстанне ў медыя іншых формаў псіхалагічнага ўздзеяння, накіраваных на прыцягненне ўвагі аўдыторыі.

Сярод асноўных прычын папулярнасці праграм, якія прапануюць негатыўную інфармацыю, неабходна назваць іх рэзанансны характар, падсвядомую патрэбу аўдыторыі ў псіхаэмацыйным ўзбуджэнні і так званы “комплекс тэлегледача” (пачуццё задавальнення ад усведамлення ўласнай бяспекі падчас прагляду сцэн здарэнняў і катастроф). Зваротным бокам высокіх рэйтынгаў праектаў канфліктна-прававога зместу з'яўляецца фарміраванне ў грамадстве неадэкватнага меркавання адносна

ўзроўню сацыяльнай напружанасці, распаўсюджвання злачыннасці, стану грамадскай бяспекі – сфер, непасрэдна звязаных з працай міліцыі.

Яшчэ адну некалькі парадаксальную супярэчнасць мы называем “эфектам адваротнай прафілактыкі”. Сутнасць яго ў тым, што інфармацыя аб злачынствах, якая ўтрымліваецца ў СМІ, успрымаецца грамадзянамі як існуючая ў нейкім паралельным закрытым “медыясувеце” і не маючая дачынення да паўсядзённых практык большасці. Адхіленне ад інфармацыі прыводзіць да дыстанцыравання ад рэальных праблем па прынцыпе “гэта не са мной – гэта мяне не датычыцца – гэтага не можа здарыцца ў маім асяроддзі”. У выніку аўдыторыя не ўносіць карэктывы ў свае звыклыя дзеянні, не становіцца больш пільнай, не павышае ўзроўню прававой культуры. Прычын гэтаму можна назваць некалькі: змешванне ва ўспрыняцці рэцыпіентаў СМІ інфармацыйных і забаўляльных фарматаў, празмернасць аўдыёвізуальнай інфармацыі, што выклікае зніжэнне эмацыйнай успрымальнасці аўдыторыі, страта СМІ (у асаблівасці, экраннымі) свайго “напаўсакральнага” характару і зніжэнне ўзроўню даверу да іх, агульны нізкі ўзровень медыяграмацыйнасці насельніцтва.

Названыя камунікацыйныя бар’еры грунтуюцца таксама на дамінуючай пазіцыі сродкаў масавай інфармацыі, для якіх тыповымі з’яўляюцца празмерная фрагментацыя інфармацыі, рытуалізацыя адлюстравання падзей (асабліва ў прававой сферы), неапраўданая ідэалагізацыя паведамленняў. Напрыклад, ідэалізацыя вобразу супрацоўнікаў органаў унутраных спраў у СМІ, якая ўступае ў супярэчнасць з распаўсюджанымі перакананнямі і вопытам аўдыторыі, здольная выклікаць рэзка негатыўную рэакцыю.

Прытрымліваючыся згаданага “комплексу тэлегледача”, СМІ асаблівую ўвагу надаюць падрабязнаму паказу фэбулы злачынстваў, іх шакіруючых і нестандартных дэталей, выпускаючы з поля зроку аналіз сацыяльных перадумоў распаўсюджвання тых ці іншых формаў крымінальных паводзінаў. Адсочванне ланцужка праваахоўнай дзейнасці ў прававых праектах часцей за ўсё абрываецца каля дзвярэй суда, рэпартажы адкуль з’яўляюцца ў Беларусі вельмі нячаста (пераважна ў сувязі з рэзананснымі злачынствамі). Як вынік, у свядомасці аўдыторыі складваецца гіпертрафіраваны вобраз крымінальнага асяроддзя (“злачынства без наступнага асуджэння”), няўхільнасць пакарання за супрацьпраўныя дзеянні не ўспрымаецца як норма [2]. З іншага боку, магчымасць назірання за гвалтам, узведзеным у медыяпрадукце ў ранг

мастацтва, здольна фарміраваць у падсвядомасці моладзі алгарытмы супрацьзаконных паводзінаў [9].

Ці можна ў падобнай сітуацыі казаць аб праблеме страты даверу беларускай аўдыторыі да прававога зместу СМІ і да масавай інфармацыі увогуле? На наш погляд, дарэчнай будзе некалькі іншая пастаноўка праблемы, якая ўлічвае змены ў сістэме ўзаемаадносінаў “індывід – масавая інфармацыя”, іх камерцыялізацыю. Медыясфера зараз не з’яўляецца вобласцю, дзе наяўнасць даверу і аўтарытэту забяспечвае ўстойлівасць і выжывальнасць актараў. Аўдыторныя рэйтынгі ўсё больш залежаць ад іншых катэгорый: уведзены ў зман глядач / чытач перастае лічыць сябе падманутым, як толькі ён пачынае атрымліваць задавальненне ад прагляду / прачытвання. На гэтым фоне адбываецца абясцэньванне сапраўды значнай ў сацыяльным дачыненні інфармацыі, бо адсутнасць суб’ектыўных інфармацыйных фільтраў (базавага інструментару медыяграматнасці) не дазваляе аўдыторыі ажыццяўляць свядомы аналіз медыякантэнту. Прававая сфера і яе адлюстраванне ў СМІ даюць магчымасць найбольш відавочна прасачыць гэтую тэндэнцыю, у асаблівасці – з улікам аўдыторных пераваг: “Моладзевая аўдыторыя сёння выступае ў ролі своеасаблівага індикатара, па якім можна меркаваць аб маральным, псіхалагічным, сацыяльным здароўі грамадства. <...> Праблема гвалту, якой занепакоена грамадства, рост нематываванай агрэсіі, разбурэнне традыцыйных агульначалавечых каштоўнасцей, адсутнасць у моладзі маральных арыенціраў, духоўных лідэраў – усё гэта шмат у чым абумоўлена станам медыясферы” (пераклад наш. – С.В.) [7, с. 279].

Адказ на пытанне, што могуць зрабіць адукацыйныя СМІ, каб пераадолець камунікацыйныя бар’еры ў прававой сферы, не настолькі просты, як можа падацца. Відавочна, што ў першую чаргу павінна вырашацца задача фарміравання інфармацыйнай грамаднасці, якая дазваляе індывідам самастойна інтэрпрэтаваць і дэкадзіраваць паведамленні. Аднак для эфектыўнай камунікацыі ў медыясферы неабходны больш высокі ўзровень – узровень актыўнай рэакцыі на медыятэксты, адэкватных грамадзянскіх дзеянняў і ацэнак. Неабходна ўлічваць і тое, што сацыяльнае ўзаемадзеянне набывае ўсё больш дыстантны характар, рэалізуючыся праз медыйную прастору (медыятэксты і медыяпаведамленні). Таму камунікацыйныя бар’еры, якія ствараюцца сродкамі масавай інфармацыі, становяцца перашкодай для грамадзянскай камунікацыі ў цэлым і могуць быць пераадолены толькі пры належным узроўні развіцця грамадзянскай культуры аўдыторыі.

Медыяадукацыя і грамадзянская культура

Даследчыкі адзначаюць, што грамадзянская культура адлюстроўвае узровень усведамлення грамадзянінам важных для соцыуму задач, яго практычнай актыўнасці, выступаючы элементам грамадзянскага жыцця і выказваючы ступень сталасці грамадства, здольнасць да забеспячэння механізмаў выпрацоўкі і рэалізацыі сумесных рашэнняў, узгодненых дзеянняў. Грамадзянская культура – гэта “культура дэмакратыі, у цэнтры якой – гуманістычны ідэал чалавека, які не прымае расколу ў грамадстве, спалучае індывідуальны і калектыўны пачаткі” (пераклад наш. – С.В.) [5, с. 22]; яе важны аспект – асацыяраваны характар адносінаў паміж грамадзянамі.

Для сталай грамадзянскай культуры характэрна здольнасць да ўзаемадзеяння, калектыўнага абмеркавання важных для супольнасцей пытанняў і да наступных сумесных дзеянняў; такім чынам, яе функцыянаванне грунтуецца на эфектыўнай сістэме грамадзянскай камунікацыі.

У Рэспубліцы Беларусь, акрамя названых вышэй камунікацыйных бар’ераў, існуюць перашкоды для фарміравання грамадзянскай культуры, заснаванай на развітой медыякамунікатыўнай кампетэнтнасці:

1) пазіцыя сродкаў масавай інфармацыі, для якіх тыповымі з’яўляюцца празмерная фрагментацыя інфармацыі, рытуалізацыя адлюстравання падзей (асабліва ў палітычнай сферы), неапраўданая ідэалагізацыя паведамленняў (“калі сувязь паміж тым, што хвалюе людзей, і тым, як гэта падаецца ў прэсе, губляецца, людзі перастаюць цікавіцца навінамі” (пераклад наш. – С.В.) [11, с. 28]);

2) палітычная культура грамадзянскай пасіўнасці, якая складвалася дзесяцігоддзямі па меры таго, як няўдалы вопыт грамадзянскасці крышталізоўваўся ў нормы палітычных паводзінаў;

3) адсутнасць устойлівых традыцый самакіравання лакальных грамадскіх структур;

4) нежаданне грамадзян браць на сябе адказнасць за тое, што адбываецца ў краіне альбо ў рэгіёне;

5) перакананасць ва ўласным бяссіллі ўплываць на прыняцце значных рашэнняў альбо прапаноўваць да грамадскага абмеркавання тыя ці іншыя праблемы;

6) страх індывідаў перад грамадскім жыццём як перад адной з формаў публічнага самавыяўлення;

7) адсутнасць дакладных грамадскіх інтарэсаў, выяўленай групавой ідэнтыфікацыі індывідаў, што перашкаджае ажыццяўленню групавых дзеянняў [3, с. 39–40].

Мы лічым, што развіццё грамадзянскай культуры з’яўляецца задачай не толькі палітычнай, але і ў пэўнай ступені адукацыйнай і інфармацыйнай – гэта значыць, вырашаемай у межах адукацыйнай прасторы і з удзелам адукацыйных медыяструктур. Сучасныя даследчыкі звяртаюць увагу, што “медыяадукацыя / медыяграмаднасць павінны прывесці да пераразмеркавання палітычнай і сацыяльнай улады. Творчы і крытычны дыялог, удзел і дзеянне ўключаны ў працэс вывучэння і практыкі, што павінна даць усім суполкам і індывідам права на самавыяўленне, развіццё і свабоду, незалежна ад узросту, полу, сацыяльна-эканамічных умоў, культуры, мовы і рэлігіі” (пераклад наш. – С.В.) [16, с. 25].

Адукацыйныя медыя, спрыяючы развіццю камунікацыйнай культуры, паралельна вырашаюць задачу павышэння палітычнай актыўнасці моладзі. Як сцвярджае амерыканскі даследчык Дэвід Мэцьюз (David Mathews), многія грамадзяне негатыўна ставяцца да палітыкі з-за таго, што не хочуць быць часткай яе традыцыйнай сістэмы. Апошняя ўстойліва “асацыіруецца з тым, што яны бачаць на экранах тэлевізараў і чытаюць у газетах” (пераклад наш. – С.В.) [11, с. 8], а ў наш час – спажываюць з інтэрнэт-крыніц. Негатыўны характар падачы палітычнай інфармацыі ў СМІ, факсіроўка на канфліктах і праблемах, якія не паддаюцца вырашэнню, прыводзяць да дыстанцыравання аўдыторыі ад палітычнага жыцця, што прадвызначае распаўсюджванне культуры грамадзянскай пасіўнасці: “Калі людзі не вераць, што яны могуць аказаць істотны ўплыў на палітыку, яны пачынаюць рэалізоўваць толькі асабістыя інтарэсы і канцэнтравацца на бліжэйшых мэтах, якія лёгка здзейсніць” (пераклад наш. – С.В.) [11, с. 42].

Мы перакананыя, што з дапамогай змены характару спажывання палітычнай інфармацыі ў медыясферы можна карэнным чынам змяніць ўспрыманне палітычнай сферы. Назавем агульныя тэндэнцыі. Адносіны грамадзян да палітыкі і да палітыкаў фарміруюцца сёння, як і любыя іншыя формы сацыяльнага ўзаемадзеяння, дыстанцыйна, яны абумоўлены медыйнымі вобразамі, якія не адпавядаюць ні рэальнасці, ні чаканням большасці. Адсутнасць крытычнага мыслення, абумоўленая прабеламі ў адукацыйнай сістэме, прыводзіць да фарміравання ў маладых людзей псіхалогіі “інфармаванага спажывання” палітычнага прадукту, але не больш за тое. Страх і нежаданне ўдзельнічаць у палітыцы становіцца

адным з фактараў парушэння камунікацыйнага працэсу ў структурах грамадзянскай супольнасці.

Аналіз практыкі грамадзянскага ўзаемадзеяння ў сучасным беларускім грамадстве паказвае, што калектыўныя рашэнні маюць альбо фармальны характар і не закранаюць найважнейшых сфер жыцця соцыуму, альбо не прымаюцца зусім (напрыклад, адсутнічае практыка правядзення мясцовых рэферэндумаў, замацаваная заканадаўча). Большасць беларусаў не выкарыстоўвае сваіх палітычных правоў, а ў святломасці яшчэ “не адрэфлексаваны той факт, што толькі актыўная ўключанасць кожнага чалавека ў грамадскія працэсы можа паўплываць на трансфармацыю грамадства ў цэлым” (пераклад наш. – С.В.) [12, с. 102]. Адказваючы на пытанне: “Якое меркаванне найбольш дакладна адпавядае вашым уяўленням аб паняцці «грамадзянін краіны»?”, толькі 13,5 % рэспандэнтаў адзначылі актыўны ўдзел у сацыяльна-палітычнай дзейнасці.

Між тым, толькі эфектыўны дыялог – на ўзроўні міжасобасным, арганізацыйным, медыйным, дзяржаўным – здольны вярнуць цікавасць да грамадскага ўдзелу. Адукацыйныя медыя ва ўстановах вышэйшай адукацыі вырашаюць гэтую задачу, ствараючы прастору для дыялогу, абмену думкамі, выхаду за межы звычайнай ролі, для сцвярджэння пазіцый і развіцця медыякамунікацыйнай кампетэнтнасці навучэнцаў.

Адной з эфектыўных метадык, якія можна рэалізаваць у вучэбнай аўдыторыі, з’яўляецца аналіз медыйнага адлюстравання неадназначных грамадскіх праблем, які ажыццяўляецца ў наступнай паслядоўнасці: а) вызначэнне пытанняў, па якіх адсутнічае згода ў грамадстве; б) фармулёўка праблемы ў зразумелых непадрыхтаванай аўдыторыі тэрмінах; в) абмеркаванне праблемы з улікам розных падыходаў і інтарэсаў; г) дэлібератыўны пошук кансенсусу.

Такая метадыка, якая адсылае да дэлібератыўных практык, не мае мэтай проста выяўляць праблемы, каб “казаць пра набалелае” – гэта пільнае ўзважванне наступстваў магчымых рашэнняў і дзеянняў, якое прымае да ўвагі пазіцыі іншых, адлюстраваныя ў медыясферы. Лакальны характар адукацыйных медыя ў такім выпадку мае відавочныя перавагі: грамадзянская актыўнасць выразней выяўляецца на лакальным узроўні, а пытанні, якія грамадзяне вырашаюць на месцах, могуць мець агульнаацыянальнае і нават міжнароднае значэнне (напрыклад, ахова навакольнага асяроддзя). Сістэмны падыход да самастойнага аналізу палітычных пытанняў дазваляе пераадолець сур’ёзную праблему фраг-

ментацыі інфармацыі ў СМІ, якая прыводзіць да страты разумення сувязі паміж рознымі аспектамі праблемы.

Выхаваць у маладых людзей цікавасць да палітыкі магчыма і праз іх натуральныя патрэбы кантраляваць ўласную будучыню і паляпшаць умовы жыцця, што павінны знаходзіць выражэнне ў адэкватнай грамадзянскай актыўнасці: “Грамадзянская адукацыя павінна развіць уменне рабіць сумесны выбар, ствараць ўладу, будаваць адносіны адзін з адным і выпрацоўваць адзіную палітычную волю” (пераклад наш. – С.В.) [11, с. 190]. Відавочна, што развіццё медыякампетэнтнасці моладзі прывядзе да пашырэння сферы яе інфармацыйнай прысутнасці ў публічным дыскурсе і да актывізацыі камунікацыі грамадзянскага тыпу ў медыяпрасторы.

Высновы і перспектывы

Такім чынам, патэнцыял уплыву медыяадукацыі на развіццё культуры грамадзянскай камунікацыі з’яўляецца відавочным нават ва ўмовах адсутнасці медыяспецыялізацыі. Аналіз заходняга вопыту паказаў, што пры наяўнасці свабоднага інфармацыйнага абмену ў грамадстве медыяадукацыя становіцца сродкам актывізацыі дыялогу паміж дзяржавай і грамадзянамі, рэсурсам пераадолення камунікацыйных бар’ераў у прававой сферы. Развіццё ў адукацыйным асяроддзі навыкаў першаснага аналізу медыякантэнтнага з адначасовай актуалізацыяй паняцця медыякрытыкі (у яе “побытавым” вымярэнні), а таксама ўкараненне ў сацыяльнай практыцы свядомага, актыўнага спажывання прадукцыі СМІ спрыяе развіццю грамадзянскай і прававой культуры, што з’яўляецца неабходнай умовай для аптымізацыі інфармацыйна-камунікацыйнай сістэмы грамадства. Пры гэтым адным з істотных “стыхійных” наступстваў апаэраваданай медыяадукацыі выступае фарміраванне візуальнай культуры навучэнцаў.

Здзейсненае намі даследаванне фактараў паспяховай інтэграцыі навучальных медыя ў няпрофільнае адукацыйнае асяроддзе і іх уплыву на развіццё культуры грамадзянскай камунікацыі ў цяперашні час мае пераважна эмпірычны характар, аднак, на наш погляд, мае патрэбу ў дадатковым тэарэтычным асэнсаванні. Перспектыўным уяўляецца стварэнне на базе лабараторыі навучальнага тэлебачання кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін Магілёўскага інстытута МУС навукова-даследчай лабараторыі, здольнай вырашаць наступныя задачы:

- 1) вывучэнне дыдактычнага патэнцыялу сучасных медыятэхналогій;
- 2) развіццё тэорыі фарміравання медыякамунікатыўнай кампетэннасці ў адукацыйнымі асяроддзі;
- 3) распрацоўка аптымальнай мадэлі ўзаемадзеяння СМІ навучальных устаноў з рэгіянальнымі СМІ;
- 4) даследаванне практыкі дзейнасці медыя ў няпрофільных адукацыйных інстытутах;
- 5) распрацоўка інфармацыйнай стратэгіі фарміравання станоўчага іміджу навучальнай установы;
- 6) вывучэнне адукацыйнага медыяасяроддзя як фактару прававой сацыялізацыі;
- 7) навуковае абгрунтаванне і сцвярджэнне ролі адукацыйных медыя ў развіцці культуры грамадзянскай камунікацыі;
- 8) сістэматызацыя жанраў вучэбнай медыяпрадукцыі.

Цэнтр медыякамунікацыі, створаны ў Магілёўскім інстытуце МУС, можа прэтэндаваць на ролю дыскусійнай пляцоўкі падчас правядзення семінараў, канферэнцый рознага ўзроўню, вэбінараў з удзелам спецыялістаў у галіне сучаснай медыясферы. У якасці стратэгічнай задачы правамерна разглядаць распрацоўку збалансаванага факультатыўнага курса па медыяграматнасці, які мог бы з неабходнымі карэктыроўкамі ўкараняцца ў навучальны працэс устаноў вышэйшай і сярэдняй спецыяльнай адукацыі Рэспублікі Беларусь рознай ведамаснай падпарадкаванасці. У далейшым магчыма стварэнне адзінай адукацыйнай медыяпрасторы з удзелам устаноў вышэйшай адукацыі рэспублікі. У сапраўдны момант навучальнае тэлебачанне ў розных фарматах развіваецца ў Інстытуце журналістыкі Белдзяржуніверсітэта, у Віцебскім дзяржаўным універсітэце імя П.М. Машэрава, Беларускам дзяржаўным аграрным тэхнічным універсітэце, Магілёўскім дзяржаўным універсітэце імя А.А. Куляшова, некаторых іншых навучальных установах. На наш погляд, патэнцыял выкарыстання медыятэхналогій ў многіх няпрофільных установах не рэалізуецца з прычыны неразумення таго, якое месца ў структуры ўстановы здольныя заняць лакальныя сродкі масавай камунікацыі, а таксама неаб'ектыўнага ўяўлення адносна іх затратнасці.

Як паказвае практыка, развіццё медыякультуры не павінна насіць эпизаднага характару, поспех дадзенага працэсу шмат у чым вызначаецца сістэмнасцю і паслядоўнасцю фарміравання кампетэнцый. Неабходна ўлічваць і тое, што адукацыйныя СМІ толькі ствараюць базу для грамадзянскай сацыялізацыі і не з'яўляюцца панацэяй ад камунікацыйнага кры-

зісу, да якога набліжаецца грамадства ў эпоху агульнай інфарматызацыі. Тым не менш, яны ўяўляюцца магутным рэсурсам, які дазваляе стварыць умовы для сцвярджэння новай парадыгмы інвармацыйнай кампетэнтнасці асобы і фарміравання інавацыйнага тыпу грамадзянскага ўзаемадзеяння ў медыясферы.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Бондаренко, Е. А. Технологии медиаобразования [Электронный ресурс] / Е. А. Бондаренко / Лаборатория ТСО и медиаобразования ИСМО РАО. – 2013. – Режим доступа: <http://mediaeducation.ru/publ/bond-tm.html>. – Дата доступа: 30.03.2014.

2. Венидиктов, С. В. Отражение функционирования правовой сферы в телерадиоэфире Республики Беларусь / С. В. Венидиктов // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – Екатеринбург, 2013. – № 3. – С. 17–24.

3. Венидиктов, С. В. Электронные средства массовой информации Республики Беларусь как фактор формирования правовой и гражданской культуры [Электронный ресурс] : монография / С. В. Венидиктов ; М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский высший колледж Министерства внутренних дел Республики Беларусь». – Могилев : УО «Могилевский высший колледж Министерства внутренних дел Республики Беларусь», 2014. – 1 электрон. опт. диск (CD-R).

4. Виноградов, П. Н. Визуальная культура личности: генезис, структура и функции / П. Н. Виноградов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2010. – Вып. № 136. – С. 26–39.

5. Воробьев, А. М. Средства массовой информации как фактор формирования гражданского общества: процесс, тенденции, противоречия / А. М. Воробьев. – Екатеринбург: Изд-во УрЮИ МВД РФ, 1998. – 183 с.

6. Дзялошинский, И. М. Гражданские коммуникации и гражданское общество / И. М. Дзялошинский // Бизнес. Общество. Власть. – 2010. – № 4. – С. 143–197.

7. Дубровская, О. Молодежь и СМИ: факторы преодоления коммуникационного противоречия / О. Дубровская // Журналістыка-2013: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы XV Міжнар. нав.-практ. канф., Мінск, 5–6 снеж. 2013 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 14. – Мінск, 2013. – С. 276–280.

8. Об органах внутренних дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 17 июля 2007 г., № 263-З // Нац. правовой интер-

нет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10700263&p2=%7BNRPA%7D>. – Дата доступа: 10.09.2014.

9. Ірхін, Ю. Б. Вплив засобів масової інформації на формування делінквентного світопогляду молоді / Ю. Б. Ірхін // Психолого-педагогічні умови розвитку освітнього простору держави: тези доповідей та повідомлень учасників міжнар. наук.-практ. конф., Львів, 22 лист. 2013 р. / Львів. держ. ун-т внутр. справ. – Львів, 2013. – С. 228–231.

10. Кириллова, Н. Что такое медиакультура / Н. Кириллова // Телецентр. – № 4 (12). – 2005. – С. 19–21.

11. Мэтьюз, Д. Политика для народа: Граждане в поисках своего места в политике / Д. Мэтьюз. – М. : Пресс ЛТД Сыновья и дочери, 1995. – 255 с.

12. Титаренко, Л. Г. «Парадоксальный белорус»: противоречия массового сознания / Л. Г. Титаренко // Социологические исследования. – 2003. – № 12. – С. 96–108.

13. Федоров, А. В. Медиаобразование в ведущих странах Запада / А. В. Федоров, А. А. Новикова. – Таганрог : Кучма, 2005. – 270 с.

14. Федоров, А. В. Медиаобразование в США и Канаде / А. В. Федоров, А. А. Новикова // США и Канада: Экономика, политика, культура. – № 9. – 2004. – С. 96–104.

15. Шариков, А. В. Медиаобразование / А. В. Шариков // Новая российская энциклопедия. – Т. X (2). [Б. м.]. – ИНФРА-М, 2012. – С. 133–133.

16. Feilitzen, S. von. Children and Media. Image. Education. Participation / S. von Feilitzen, U. Carlsson, (Eds.). – Geteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Nordicom, 1999. – 483 p.

17. Mirzoeff, N. The Right to Look: A Counterhistory of Visuality / N. Mirzoeff. – Duke University Press, 2011. – 408 p.

18. Welcome to the information age – 174 newspapers a day [Electronic source] / TELEGRAPH.CO.UK: Information agency source. – 2012. – Mode of access: <http://www.telegraph.co.uk/science/science-news/8316534/Welcome-to-the-information-age-174-newspapers-a-day.html>. – Date of access: 18.07.2012.